基于TOE理论的家政行业数字化转型策略

陈伟娜，李梦灿

（河北师范大学家政学院，石家庄 050024）

摘要：数字化转型能够推动家政服务业提升效率、优化匹配、强化培训与信用体系，促进行业向标准化、智能化发展。但是在数字化转型中，家政服务业也面临诸多挑战。以TOE（技术-组织-环境）理论为基础，分析发现数字化转型在家政服务应用场景中面临技术、组织、环境3个方面的挑战。在技术维度家政从业人员数字化应用能力不足与技术更新换代快；在组织维度企业资金匮乏和管理策略相对滞后；在环境维度家政企业面临着市场竞争加剧和消费者信任危机的挑战。基于此，建议家政企业强化技术引进与人才培养并采用平台＋SaaS模式降低技术更新成本，争取政策支持并推动组织文化变革与管理创新，采取多种举措提升市场竞争力并加强宣传教育建立信任机制，从而助力家政服务业高质量发展。

关键词：数字化转型；家政服务业；TOE（技术-组织-环境）理论

中图分类号：F719.9 **文献标志码：**A **文章编号：**1671－1807(2026)05－0146－06

随着人民生活质量的提高，对家政服务的需求也从基础服务向全方位、多层次拓展，对服务质量与服务便捷性的要求也在不断提升。家政服务业作为朝阳产业，对家庭幸福和社会民生至关重要。大数据、人工智能等新一代信息技术的快速发展，为家政服务业迎来了数字化转型的契机。人民对生活质量的更高需求为家政服务业的数字化转型提供了市场基础，国家政策的支持则为其注入了强劲动力。2021年10月商务部等14部门印发的《家政兴农行动计划2021—2025年》[1]强调数字化赋能，要引导大型家政企业加快数字化转型；2024年11月国家发展改革委等部门发布的《关于深化家政服务业产教融合的意见》[2]进一步倡导家政服务业数字化赋能，推动家政服务企业与高校、科研机构合作，培养数字化人才。

尽管市场环境与政策支持为家政服务业进行数字化转型提供了有力支持，但家政服务业在数字化转型过程中仍面临诸多挑战。由于中国大多数家政企业规模较小，实力不足，管理规范化程度较低，导致对数字化转型的资金投入有限，难以适应数字化转型的要求。另外，消费者对数字化家政服务也存在信任问题。人工智能、大模型等数字化技术的兴起，促使家政服务业提升整体数字化水平，使之成为推动家政服务业升级发展的重要力量[3]。

鉴于家政服务业服务场景、服务内容和服务群体的特殊性，数字化转型在家政服务业中应用面临诸多挑战，尝试对此进行深入分析，并提出相应的解决策略以期能够促进家政服务业高质量发展。

1 TOE理论

技术-组织-环境（technology-organization-environment，TOE）理论主要用于研究组织采纳和应用新技术的影响因素。TOE理论将组织技术创新实施的影响因素系统归纳为技术、组织和环境3个核心维度，强调3个维度之间的相互作用和影响。

1.1 技术维度

技术维度是推动家政服务业数字化转型的动力根基，涉及技术特性与技术能力两个层面。技术特性由相对优势、兼容性、复杂性等方面构成，这些特性对新技术在家政服务的应用效果有直接影响，数字化平台的相对优势体现在能快速对供需进行匹配，提升服务效率，而兼容性表现为新技术与家政企业现有管理系统、服务流程相融合的程度。技术能力会牵扯到家政服务企业的技术基础设施和专业知识要点，如网络基础设施、软件系统以及员工对数字化工具的掌握熟练度，家政企业需按照自身实际情形，挑选有明显相对优势、兼容性强且复

收稿日期：2025-09-10

基金项目：河北师范大学人文社会科学研究基金（S21B036）

作者简介：陈伟娜（1976—），女，河北新乐人，博士，副教授，硕士研究生导师，研究方向为家政服务业、家政心理学、组织行为学；李梦灿（2002—），女，河南周口人，硕士研究生，研究方向为家政服务业。

杂程度刚刚好的技术,并持续增进技术实力,以实现数字化转型的顺利推进。

1.2 组织维度

组织维度是家政服务业数字化转型的关键主体,涉及组织结构与文化、管理与资源层面。从组织结构与文化角度,家政企业要构建起扁平化的组织结构,减少决策的层级规模,加快对数字化转型响应的速度节奏。家政企业要营造开放、创新的组织文化,鼓励员工积极投入数字化转型实践中。针对管理与资源这一范畴,家政企业要规划精准的数字化转型战略,把数字化目标收纳到整体发展战略中,对财务资源进行合理安排,保证有充足资金用于技术采购、系统开发以及员工培训等事项,同时提高人力资源质量水平,招聘培养掌握数字化技能的人才。

1.3 环境维度

环境维度为家政服务业数字化转型起到外部保障作用,分为市场、政策、社会文化这 3 类环境。就市场环境而言,激烈的市场竞争促使家政企业加快数字化升级转型,提升竞争力,客户需求的数字化倾向也推动企业去做服务升级;就政策环境而言,政府出台的鼓励性政策与扶持办法,如财政补贴、税收优惠,为家政服务企业的数字化转型提供了有力支撑;从社会文化环境的角度看,社会对家政服务数字化转型的认识与接纳程度、相关信任问题也对企业的转型造成影响。家政企业需密切留意市场动态、政策变化以及社会文化趋向,积极顺应外部环境,以带动数字化转型顺利开展。

TOE 理论为研究家政服务业数字化转型提供了有效指导,家政服务企业可以从技术、组织和环境 3 个维度,实施相应对策以解决数字化转型过程中遇到的难题。

2 家政服务业数字化转型的应用场景

2.1 搭建在线服务平台

在线服务平台是家政服务业使用最普遍的数字化,数字化技术的普及打破了传统家政服务的时空壁垒,消费者可通过移动应用端实现全天候服务咨询与预约。这种数字化服务模式的创新主要体现在可以为消费者提供在线服务项目浏览,让消费者足不出户就可以通过线上平台比对选出自己心仪的服务。商家还可以通过利用用户评价系统形成的动态反馈机制,提升服务质量。以“天鹅到家”平台为例,其数字化转型的核心在于大数据驱动的供需匹配系统,平台通过采集用户消费轨迹,建立客户需求数据库并开发智能推荐功能。这种数字化改造不仅实现服务流程的线上化,更重要的是通过实时评价反馈机制改善服务,消费者在服务结束后可进行满意度等级评分并给出相应的文字评价。这些评价既为后续用户提供参考,又为家政企业优化服务质量提供宝贵意见。

2.2 改进宣传方式和品牌化建设

在数字化转型背景下,家政企业可以改进宣传方式。以往的家政企业为了提升知名度多是采取发传单、张贴广告的手段。如今,依托互联网的发展,家政企业通过微信公众号或小程序和相关 App 的开发,在相关的网站上投放信息,宣传方式更加多样化,信息宣传力度加大。宣传人员可在微博、微信等平台上,定期投放宣发信息,提升家政服务企业的社会知名度,建设网络宣传平台,形成良好社会形象[4]。家政企业可以使用大数据分析消费者行为,精准推送个性化服务广告,结合线下门店和社区活动,开展线下推广和体验活动,增强品牌认知度。利用二维码、小程序等工具,实现线上线下无缝衔接,提升用户体验,积极参与社交媒体互动,回应用户反馈,提升品牌形象。

家政服务业的数字化转型在宣传方式和品牌化建设方面带来了显著的改进。通过线上平台推广以及线上线下融合等方式,家政企业能够更好地宣传自己的品牌和服务。同时,通过塑造品牌形象、提升服务质量等措施,家政企业能够不断提升自己的品牌价值和影响力。

2.3 员工培训形式更为便捷

传统的家政企业为了降低经营成本忽视了对员工技能的培训。如今,随着科学技术的不断发展,借助数字化平台,员工的培训更加便捷,通过校企合作,许多微课被开发出来,微课内容短而精,而且很多资源都可以免费获取,对于员工技能的提升很有帮助。例如,北京开放大学城市管理学院与“互联互家”开展校企合作,面向家政服务企业适时地推出了家政服务培训空中课堂、家政网校微课堂、家政管理系统等[5]。通过微课学习一方面不会花费家政员工太多的时间,在空闲时间就可以听课提升技能;另一方面对企业而言也没有太大的资金压力。

同时,为了提升家政服务员工的职业素养,家政服务业应联合高校、企业和社会共同建立协作培训机制,建立全方位的教育制度,通过积极推动职业技能鉴定工作和设置线上大学的方式,对从业人

员进行定期培训或专项培训[6]。

2.4 供需资源有效配置

随着人口老龄化的加剧和三孩政策的放开，以及核心家庭的不断增多，人们对家政服务的需求越来越大，中国的家政服务业面临着严重的供需矛盾。一方面，家庭服务公司有大量的专业员工，却没有稳定连续的订单；另一方面，广大消费者在迫切需要家庭服务的时候，却找不到满意可靠的家庭服务公司[7]。随着数字化的普及，中国的家政服务业也迎来了新的机遇，通过建立数字化平台，如微信小程序、App的开发等，利用大数据分析为顾客匹配所需要的服务员工，实现供需的精准匹配。同时，消费者也可以通过信息平台，事先了解服务员工的基本信息，如年龄、服务经历、技能等。2019年商务部和国家发展改革委发布的《关于建立家政服务业信用体系的指导意见》表明，商务部与公安部对家政服务员进行犯罪背景核查，内容包括身份真伪，5年内是否涉及盗窃案、拐卖妇女儿童案、虐待案、故意杀人案等[8]。家政企业可以依据此核查结果建立家政服务员的信用记录，但需确保信息安全和合法使用。家政企业调查清楚员工的信用问题，让顾客足不出户就可以事先挑选满意的服务人员。数字化转型极大地促进了信息资源的整合，解决了家政企业的供需匹配问题。家政企业应利用信息化工具和数字化平台管理公司和业务，解决需求匹配和信息不对称问题，实现订单可视化、信息可查询、及时了解反馈和品牌效应积累，推动行业正规化发展[9]。

2.5 人工智能技术减轻高危家政服务风险

人工智能技术在家政服务行业的应用逐渐显现，尤其是在减轻高危家政服务风险方面发挥了重要作用。传统家政服务中，高空清洁、重体力劳动等高危任务常常给家政服务人员带来较大的安全风险。然而，人工智能技术的引入正在改变这一现状，部分清洁类家用机器人能借助先进的传感器和智能算法，精准地落实清洁任务，同时防止人工操作也许会带来的危险，而目前大部分从事家政工作的人没有劳动保障，引入人工智能技术可有效降低家政服务人员面临的安全风险。一部分养老机构引入智能护理机器人，帮助老年人完成日常护理，减少了护理人员在实施照顾时可能面临的风险，人工智能技术不只能替代高危工作，还可借助实时监控与数据分析，提高家政服务的整体安全与可靠程度。这些系统可迅速发现潜在的安全隐忧，并借助智能算法开展预警与处理工作。

3 家政服务业数字化转型面临的挑战

3.1 技术维度

3.1.1 家政从业人员数字化应用能力不足

随着互联网的普及和家政服务业的发展，数字化已经成为家政服务业的重要发展趋势。然而市场需求不断扩大，家政服务员工的数字化应用能力却普遍不足。主要是因为家政服务业的从业人员大多是年纪较大的女性且文化水平不高，对新时代数字化技术的接受能力相对较弱，数字化意识较为淡薄。50多岁的沈阳保洁阿姨白银表明她初到北京找工作时，对上岗前培训的第一反应是抵触，“我不需要培训，干保洁那么多年了，有经验”[10]，这也反映了年纪较大的家政工们在求职时她们的固有经验与数字化浪潮之间存在冲突。而家政企业为了降低经营成本，忽视了对员工的数字化应用的专门培训，导致家政服务人员无法有效运用数字化工具提升服务质量。家政服务员工的数字化能力不足会导致一系列的负面影响，家政企业难以通过数字化手段实现供需的高效匹配，导致服务资源浪费和客户需求得不到及时满足，会使客户黏性减弱，不利于家政企业的长久发展。数字化是家政服务业转型升级的重要方向，家政员工的数字化应用能力不足会制约行业的整体发展。

3.1.2 技术更新换代快

在数字化转型过程中，家政服务业面临着技术更新换代快的巨大难题，诸如人工智能、物联网、大数据等新兴技术陆续出现，这些技术在提升服务效率以及质量方面有极大潜力，但同时也使企业在技术选择方面陷入困难。家政服务企业可能刚刚花钱引入了一套智能调度系统，不长时间后，市场上再次涌现出更先进的基于人工智能的智能匹配系统，这让企业陷入是否再度对系统进行升级的两难境地。技术的急速更新让企业不得不不断投入资源去学习适应，这给资金、人力短缺的家政服务企业造成巨大压力，频繁的技术更替可能造成企业陷入“技术追赶”的困境，使成本有所增加，还可能鉴于技术更新滞后而丧失市场竞争实力。

3.2 组织维度

3.2.1 组织规模较小且资金投入有限

目前，国内家政服务业企业规模较小，大多数家政公司为中介制，“一张桌子”和“一台电脑”就可以开始工作，企业规模“小”“散”“弱”。对于很多中小型的家政企业而言，筹集足够的资金是进行数字

化转型的巨大挑战。资金问题是囿于家政服务业数字化转型的一个重要方面,家政公司能够投入数字化和智能化转型的资金并不多,难以负担数字化运营与管理的庞大开支,导致数字化融合困难和市场竞争力不足[11]。数字化转型是一个长期的过程,投资回报周期可能较长,这会导致一些家政企业在短期内面临资金压力,甚至影响企业的正常运营。同时,中介制模式下,企业对服务人员的培训和管理不足,也会影响家政服务质量和客户满意度。在数字化转型的过程中,家政服务企业需要面对来自竞争对手的激烈竞争,一些实力雄厚的竞争对手可能通过大规模的资金投入和技术创新来抢占市场份额,从而给中小型家政企业带来更大的压力。

3.2.2 组织文化与管理策略相对滞后

当前,家政服务企业的组织文化多呈现传统型特征,很多企业缺乏创新意识与数字化思维,这种文化氛围难以激发员工的创新潜能以及对新技术的接受与应用能力,从而会在较大程度上阻碍家政服务企业数字化转型的进程。在企业内部,数字化转型所必需的动力与氛围相对缺失,员工对于数字化技术的接受与应用积极性不高,导致企业在面对数字化浪潮时行动迟缓。许多家政服务企业依然依赖传统的供需匹配模式,这种模式会使信息传递不及时、管理效率低下。同时企业缺乏有效的数字化管理工具,难以实现对服务人员的实时监控与绩效评估,这不仅影响了管理效率,也在一定程度上降低了服务质量。家政企业对绩效管理工作缺乏足够重视,且绩效管理体制机制不完善,考核方法不合理[12]。家政企业缺乏科学的数字化管理工具和方法,很难实现对服务人员的精准管理和绩效评估。

3.3 环境维度

3.3.1 市场竞争加剧

数字化技术的应用使家政服务行业市场透明度持续上升,消费者可凭借各种在线平台轻松获取不同企业提供的服务信息,进而做出更明智的消费选择,导致企业承受的竞争压力加剧。传统的家政企业或许借助服务质量、地理位置等因素提高竞争实力,数字化技术投入应用后,这些原有竞争因素的重要性不断降低。在“58到家”等平台上,家政服务人员的接单量、用户评分、回复率等数据被公开透明地展示,成为消费者决策的重要依据,这就迫使企业和家政工必须进行“数据优化”,否则即使线下服务能力再强,线上的竞争优势也会减弱。数字化不断普及,让市场上涌现出数目日益增多的家政服务平台和企业,它们借助整合各种资源,给出一站式解决方案,吸引大量消费者,也有大量家政企业会借助技术创新等途径来提高服务品质,这让家政服务业的市场竞争进一步白热化。

3.3.2 消费者对数字化家政服务存在信任问题

信任问题一直是消费者在使用家政服务时面临的一个重要问题,许多素质低下的家政工在服务过程中会采取不当方式对待弱势的服务对象或存在偷窃行为等问题。在传统的家政服务模式下,很多消费者习惯于通过家政中介或口碑推荐来寻找家政服务人员。通过面对面的沟通与交流,消费者对服务人员的了解能够更加深入,用起来也会更放心。然而在数字化家政服务中,消费者往往无法直接了解服务人员的相关信息。消费者会担心在线平台上服务人员信息造假,对服务质量和可靠性存在疑虑,特别是要寻求住家保姆的消费者,会更加担心网络上的宣传与实际不符,还有老年用户或低教育群体可能因操作困难而排斥数字化服务。

4 促进家政服务业数字化转型的策略

4.1 技术维度

4.1.1 加强技术引进与人才培养

加强家政服务业数字化转型首先要引入先进技术,企业要积极引入人工智能、物联网等先进技术,提升家政服务的智能化水平。家政服务企业还要加大在研发智能设备上的资金投入,致力于提高服务效率和质量。同时要加强优化家政服务平台系统,在使用平台服务的过程中要不断完善平台的功能和用户体验,利用大数据和人工智能技术实现智能匹配、精准营销等,提升顾客的满意度,同时要注意积极接受反馈,增强用户黏性。政府也出台相关政策支持校企合作。积极鼓励企业与高校、科研机构等开展技术合作,充分利用高校的专家优势,促进家政服务科技创新,着重打造校企合作示范项目,培养满足社会需要的高素质现代家政技术技能人才[13]。

4.1.2 采用平台+SaaS模式降低技术更新成本

为推动行业数字化发展,姚劲波建议,“支持互联网龙头企业加大技术研发、软硬件升级力度”以及“对家政企业购买线上营销服务、应用SaaS系统等给予财政资金补贴”[14]。平台与第三方服务商共建的模式(平台+SaaS)日益成为一种重要的合作方式,在平台+SaaS模式下,企业能够快速适应市场变化,同时有效降低技术更新成本。这种模式凭

借共享基础技术架构及数据支撑，让第三方服务商有条件在此基础上开发具体的应用软件和解决方案。这既满足了不同行业以及客户的特定需求，还让企业不用每次技术迭代都投入大量资金，可借助平台现有的资源开展应用开发以及业务创新活动。SaaS平台一般采用订阅制或按照实际需求付费的模式，企业可按照实际使用情形支付费用，避免了传统软件购买模式下一次性巨额的资金投入。平台＋SaaS模式带动了服务创新步伐的提速，还让技术开发的成本与风险得以降低，让中小企业有机会利用先进数字工具优化服务流程、改善客户体验。

4.2 组织维度

4.2.1 积极寻求政府补贴与政策支持

中小企业在数字化转型过程中需要投入大量的研发成本和人才储备，需要借助专项扶持政策来降低转型风险，摆脱落后产能包袱[15]。中小型家政企业因组织规模偏小，面对数字化转型的资金问题，可积极去寻求政府补贴及政策支持。政府为推动传统产业转型升级，一般会推出相关优惠政策，家政服务企业应当留意政策动态，积极申报符合条件的项目，努力利用政策红利，政府给予的税收优惠可降低企业运营成本，资金补助同样是政府助力企业数字化转型的关键办法。

4.2.2 推动组织文化变革与管理创新

对于当前社会家政服务企业的发展需求，传统组织文化和管理策略已力不从心，家政服务企业需采用恰当策略以推动组织文化转变与管理创新。组织结构柔性化和扁平化有利于创新资源配置与信息传递，通过促进部门间知识交流和转移能够促进创新绩效提升[16]。家政服务企业不仅要激励员工投身数字化转型实践，还应引进科学的数字化管理工具和方式，实现对家政服务人员的精准管理与绩效评估，用这种方法，家政服务企业可借助数字化手段有效提高顾客体验，增强企业效益。家政业务的核心是培训，有好培训才有好阿姨，有好阿姨才有好服务，有好服务才有可持续发展[10]，企业要意识到培训的重要性。

4.3 环境维度

4.3.1 采取多种举措提升市场竞争力

家政服务业在数字化转型的过程中面临着市场竞争加剧的问题，为了保持竞争力，企业需要通过加强员工培训、提高服务质量、线上线下融合发展等方式不断提升自身的竞争力。吕怡楠[4]指出，家政服务企业必须基于社会环境，调整人员培训方式，以提升用户黏性、改善社会形象为基本目标，提升对一线服务人员个人素质、工作技能掌握程度的要求。此外，家政企业还可以通过定期考核和评估来确保服务人员具备扎实的服务技能。国内的家政服务企业经营模式多为中介制，这种服务模式具有很明显的弊端，它使得家政服务人员的质量得不到保证，其专业技能也没有得到系统培训[17]。为了提升市场竞争力，加强对从业人员的培训，提升服务质量是非常重要的。家政服务企业还可以通过线上线下融合发展的方式提升市场竞争力，使得企业能够更好地满足消费者的需求，为家政服务业赋能[18]。

4.3.2 加强宣传教育，建立信任机制

家政服务企业可以通过广告、社交媒体等方式加强对数字化家政服务的宣传和教育，提高消费者对数字化服务的认知。同时通过加深对服务人员的背景调查，确保服务人员所提供信息的真实性和可靠性，登记身份证并核实信息是最基本的保证。与此同时，在行业内部也存在着一套黑名单，对于一些品行不佳的家政工，家政公司会通过一定渠道互通消息、进行“封杀”[19]。家政服务企业可以通过线上线下相结合的方式对员工进行专门的诚信教育培训与考核，不合格者不予录用。在家政服务人员上户服务过程中，家政企业可以利用数字化设备加强监控，确保服务过程符合规范。此外，家政企业要建立完善的用户评价和反馈机制，让消费者能够了解其他用户的真实评价，增强对数字化家政服务的信任感。杭州市临安区搭建的“临里好家政”平台，汇集发改、公安、人社等部门数据资源，形成家政机构信用信息数据库，通过多维度数据比对，自动化生成个人安心码和机构信用报告，形成全链路的信用闭环，让市民放心消费，平台的整体服务满意率达99.7%[20]，这一平台的成功实践也为其他地区的家政服务业赢得雇主信任提供了借鉴。

5 结论

实施数字化转型对家政企业、消费者和社会而言都十分关键。就家政企业主体而言，推进数字化转型可提升家政服务的质效，赢得客户信赖，还可改进企业宣传形式，强化品牌树立，带动企业向高质量发展。经过数字化转型的家政企业能给出更便捷和个性化的服务，更贴切地满足消费者持续、多样、个性化的需求，提升人们的生活水平。从社会层面看，家庭和谐乃是社会稳定的基础，中小型企业实施数字化转型能为整个社会的技术进步给

予相应助力。虽然现阶段国内的家政服务业数字化水平偏低,但随着大数据、物联网等新技术不断深化应用以及政策托举,未来家政服务业数字化转型将达成显著成效,为行业发展添加新动力。

参考文献

[1] 商务部,国家发展改革委,人力资源社会保障部,等.家政兴农行动计划(2021—2025 年)[EB/OL].(2021-10-09)[2025-04-15]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-10/09/content_5641596.htm.

[2] 国家发展改革委. 关于深化家政服务业产教融合的意见[EB/OL]. (2024-11-13)[2025-04-15]. https://www.ndrc.gov.cn/xxgk/zcfb/tz/202411/t20241113_1394417.html.

[3] 卓长立推动数字化为家政行业"革新"[J].科技创新与品牌,2024(3):57.

[4] 吕怡楠. 互联网时代下的家政服务业发展研究[J]. 上海商业,2023(1):89-91.

[5] 张霁. 家政服务产业数字化转型案例[J]. 家庭服务,2020(7):20-23.

[6] 赵越. "互联网+"背景下河北省家庭服务业困境及破局路径[J]. 中国新通信,2023,25(21):135-137.

[7] 温福星,高彤彤. "互联网+"背景下家庭服务业的市场调查和发展研究:以"e 家政"App 为例[J]. 营销界,2020(5):51-52.

[8] 商务部,国家发展改革委. 关于建立家政服务业信用体系的指导意见(商服贸发〔2019〕76 号)[EB/OL]. (2019-06-28)[2025-05-25]. https://images.mofcom.gov.cn/fms/201906/20190628180914170.pdf.

[9] 李泊锐,李蕊婷,高巧依. 数字化趋势下家政服务平台的生态网络构建现状及对策探析:以宁波市三个阿姨信息科技有限公司为例[J]. 上海商业,2024(10):18-20.

[10] 敖蓉. 家政服务加速数字化[N]. 经济日报,2024-08-04(007).

[11] 阮成,高远. 数字经济视角下家政服务业的现状挑战与发展路径:以广州为例[J]. 清远职业技术学院学报,2023,16(4):18-25.

[12] 孙丽艳. 数字化背景下家政企业绩效管理优化路径研究[J]. 品牌研究,2024(13):52-54.

[13] 俞华,徐娜. 我国家政服务业发展现状趋势问题与对策[J]. 湖北社会科学,2023(11):73-81.

[14] 刘元. 全国人大代表姚劲波:家政服务数字化升级成大势所趋[N]. 消费日报,2025-03-12(A04).

[15] 何瑛. 数字化变革推动中小企业高质量发展的理论逻辑与实践路径[J]. 求索,2023(6):53-62.

[16] 李立威,黄艺涵. 数字化与组织变革组态如何破解中小企业数字化转型悖论[J]. 科技进步与对策,2023,40(24):101-110.

[17] 朱一湄. 互联网+模式下家政企业发展分析[J]. 营销界,2021(35):79-80.

[18] 高琳珍. 乡村振兴背景下家政服务业融合发展路径研究[J]. 商业文化,2024(5):111-113.

[19] 杨慧,黄钰婷. 市场经济条件下的普遍信任何以可能?以家政服务业中的信任生成与演化为例[J]. 华东理工大学学报(社会科学版),2022,37(1):54-65.

[20] 姚改改. 以数字化开辟家政服务新空间[N]. 中国妇女报,2025-07-05(001).

Digital Transformation Strategies for Home Service Industry Based on TOE Theory

CHEN Weina, LI Mengcan

(School of Home Economics, Hebei Normal University, Shijiazhuang 050024, China)

Abstract: Digital transformation can promote the improvement of efficiency, the optimization of matching, the strengthening of the training and credit system in the domestic service industry, and facilitate its development towards standardization and intelligence. However, in the process of digital transformation, the domestic service industry also faces many challenges. Based on the TOE(technology-organization-environment) theory, analyzes and finds that digital transformation in the domestic service application scenarios faces challenges in three aspects: technology, organization, and environment. In the technology dimension, there is a lack of digital application ability among the domestic service practitioners and rapid technological updates. In the organizational dimension, enterprises suffer from insufficient funds and relatively lagging management strategies. In the environmental dimension, domestic service enterprises are confronted with intensified market competition and consumer trust crises. Therefore, it is suggested that domestic service enterprises strengthen the introduction of technology and talent cultivation, adopt the platform + SaaS model to reduce the cost of technological updates, strive for policy support and promote organizational culture change and management innovation, take multiple measures to enhance market competitiveness and strengthen publicity and education to establish a trust mechanism, so as to facilitate the high-quality development of the domestic service industry.

Keywords: digital transformation; home service industry; TOE(technology-organization-environment) theory